

PENDAMPINGAN UKM WARUNG TA CAFE: PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN

Cempaka Paramita¹, Fajar Destari², Kristian Suhartadi Widi Nugraha^{*3}

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

Email: cempaka.feb@unej.ac.id¹, fajar.feb@unej.ac.id², kristian.feb@unej.ac.id³

Abstract

The coffee shop business in Indonesia has shown significant development accompanied by intense business competition in recent years, in line with the current trend of coffee shop business that has spread nationwide, including in Jember Regency. However, since the Covid-19 pandemic era, not a few coffee shop businesses have been forced to go out of business, especially at the SME level, because they cannot manage their business properly. One of the UKM coffee shops in Jember is Warung Ta Café which has a lot of potential to be developed. However, business management or management is still not carried out professionally, so that assistance is needed through the provision of management consulting and training, especially operations / production, marketing, finance, human resources and risk management. The form of business assistance is through the provision of intensive consultation and training as well as assistance in adding several main production tools and strengthening product branding so that these SMEs can survive in the midst of competition.

Keywords: *business management, coffee shop*

Abstrak

Bisnis kedai kopi di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan disertai dengan persaingan bisnis yang ketat dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan tren bisnis kedai kopi saat ini yang telah menyebar secara nasional, termasuk di Kabupaten Jember. Namun, sejak era pandemi Covid-19, tak sedikit pelaku usaha kedai kopi terpaksa gulung tikar, terutama di tingkat UKM, karena tidak bisa mengelola usahanya dengan baik. Salah satu UKM coffee shop yang ada di Jember adalah Warung Ta Café yang memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Namun pengelolaan atau pengelolaan usaha tersebut masih belum dilakukan secara profesional, sehingga diperlukan pendampingan melalui pemberian konsultasi dan pelatihan manajemen khususnya operasional/produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan manajemen risiko. Bentuk pendampingan usaha adalah melalui pemberian konsultasi dan pelatihan intensif serta pendampingan penambahan beberapa alat produksi utama dan penguatan branding produk agar UKM ini dapat bertahan di tengah persaingan.

Kata kunci: manajemen bisnis, kedai kopi

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, khususnya pada negara berkembang seperti Indonesia. UKM telah membantu menggerakkan perekonomian khususnya untuk masyarakat menengah kebawah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan besarnya kontribusi UKM. Berikut ini sumbangan UKM terhadap perekonomian Indonesia: (1) UKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja, (2) UKM menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja. (3) UKM menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional. UKM menyumbang 14,17 persen dari total ekspor. (4) UKM menyumbang 58,18 persen dari total investasi (Badan Pusat Statistik, 2019). Jumlah UKM dan kontribusinya yang signifikan terhadap ekonomi nasional dalam hal penciptaan lapangan kerja, kontribusi PDB dan pendapatan ekspor karenanya

menciptakan peluang penelitian yang signifikan tentang pengaruh adopsi TIK terhadap kinerja UKM. Di Indonesia, e-commerce tumbuh dengan cepat karena memiliki nilai ekonomi yang bagus. Pelaku usaha, terutama UMKM di Jawa Timur, harus memanfaatkan momentum ini dengan cara melengkapi dirinya dengan kompetensi yang tepat, sehingga bisa mendorong usahanya tumbuh besar. UKM juga harus didorong dengan teknologi yang tepat untuk menunjang pertumbuhan tersebut.

Salah satu jenis UKM yang berkembang pesat di Jember adalah usaha di bidang kuliner, yang salah satunya adalah usaha warung atau kedai kopi/kafe, terutama yang mengusung konsep kekinian, dengan target utama adalah generasi muda, terutama kaum mahasiswa mengingat bahwa di Jember ada beberapa perguruan tinggi negeri maupun swasta. Di Indonesia, fenomena kedai kopi kekinian atau modern coffee shop mulai menggeliat sejak tahun 2016 yang kemudian menyebar secara nasional dari kota-kota besar ke daerah-daerah, termasuk di Kabupaten Jember. Kedai kopi kekinian adalah kedai kopi yang menawarkan produk minuman kopi kekinian (varian menu kopi bermacam-macam dengan tampilan dan branding yang menarik) dan menjual suasana atau menawarkan atmosfir kafe dengan desain interior dan eksterior yang “Instagrammable” yang membuat pengunjungnya betah untuk menghabiskan waktu yang lama di kedai tersebut. Persaingan ketat antar kedai kopi kekinian di Jember menuntut pemilik usaha untuk menerapkan manajemen dan strategi bisnis yang tepat, apalagi di era pandemi Covid-19.

Bertahan di tengah persaingan bisnis kedai kopi yang makin kompetitif dan ancaman dari pandemi Covid-19 merupakan suatu tantangan dan hambatan bagi pelaku UKM di bisnis tersebut. Hampir setiap bulan selalu bermunculan kedai-kedai kopi baru di Jember yang mengusung konsep kekinian, baik yang berasal asli dari Jember, maupun cabang atau waralaba dari kota lain. Namun, tidak sedikit juga yang tidak mampu bertahan lama di pasar, terutama bagi pelaku start up atau UKM pemula, dan akhirnya harus gulung tikar. Hal ini dikarenakan masih belum optimalnya pengelolaan atau manajemen bisnis yang dijalankan terutama dari sisi manajemen pemasaran, SDM, keuangan, operasi/produksi, dan risiko. Berbagai faktor seperti kualitas produk dan layanan yang buruk, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang tidak profesional, kesalahan membaca peluang pasar, sistem promosi yang tidak efektif, kurangnya inovasi, dan minimnya pengetahuan tentang etika bisnis merupakan alasan dibalik gagalnya UKM pemula dalam upaya mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan bisnisnya di Jember.

Salah satu pelaku UKM di bisnis kedai kopi di Jember adalah Bapak Yongki. Beliau mendirikan bisnis UKM bernama Warung Ta Café sejak tahun 2014 dengan modal bersama dari beberapa teman dengan membawa konsep “warung” yang identik dengan produk dengan harga terjangkau dan merakyat, tetapi juga mengadopsi lifestyle dari kaum milineal dan generasi Z, khususnya mahasiswa, yang memiliki kebiasaan berkumpul atau nongkrong di kafe, menikmati kopi sembari bersenda gurau dengan teman atau mengerjakan tugas kuliah sampai dengan mengadakan pertemuan bisnis. UKM Warung Ta Café berlokasi di Jalan Tidar 75 Kecamatan Sumbersari Jember. Secara geografis, lokasi usaha ini cukup strategis karena terletak di kota dan berdekatan dengan beberapa universitas negeri maupun swasta dan kompleks perumahan sehingga dapat mudah dijangkau terutama oleh mahasiswa sebagai konsumen utama.

Setelah 6 tahun berjalan, Warung Ta Café masih terus berbenah. Penyajian menu merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi mungkin karena masih terpenjara dengan konsep “warung tradisional” sehingga penyajiannya bukan hal utama yang diperhatikan. Kopi

ataupun produk makanan dan minimal lain hanya disajikan dengan sederhana. Logo dan merek produk sudah ada namun desainnya masih belum menarik dan tidak konsisten digunakan pada kemasan produk. Padahal pesaing lain sudah sangat inovatif dan kreatif dalam menciptakan varian kopi kekinian dengan branding yang sangat menarik. Pesaing tersebut tentunya berpotensi mengambil pasar yang dimiliki karena pemilik masih belum konsisten dalam proses produksi produk, saluran distribusi, dan inovasi teknologi serta belum mampu menciptakan diferensiasi produk maupun layanan.

Teknologi Informasi dan komunikasi telah menjadi isu Inovasi di segala bidang, tidak terkecuali bisnis kuliner dan transportasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah merubah wajah bisnis global saat ini. Ekonomi berbagi (sharing economy) saat ini telah menjadi tren dalam dunia bisnis. Sharing ekonomi adalah konsep dimana beberapa orang bersama-sama berkolaborasi untuk menggunakan sumberdaya dengan cara yang inovatif (Cohen & Kietzmann, 2014). Cara mengkonsumsi ini dikenal dengan istilah “disruptive innovation” dimana model bisnis tradisional harus mampu mengubah model bisnisnya dengan mengubah konsep konsumsinya— apa dan bagaimana cara mengkonsumsi (Botsman & Rogers, 2011).

Salah satu contoh dari model sharing economy yang telah diadopsi pada industri seperti pariwisata dan makanan adalah Grab dan Gojek. Kedua jasa aplikasi tersebut menyediakan jaringan online bagi konsumen untuk menghubungkan pelanggan dan driver (Hall, Kendrick, & Nosko, 2015). Selain mengantarkan penumpang, keduanya juga menyediakan berbagai macam jasa berbasis transportasi online salah satunya mengirim makanan, berbelanja kebutuhan sehari-hari, dan berbagai jasa lainnya. Keberadaan Grab dan Gojek ini telah mengambil peran taksi dan ojek tradisional, tetapi tidak semua pelaku UKM memahami konsep B2B (business to business) atau yang disebut dengan kemitraan bisnis, salah satunya adalah Bapak Yongki yang hanya memanfaatkan teknologi sederhana sebagai sarana promosi melalui akun Instagram, tetapi belum mampu melakukan transformasi bisnis dengan berafiliasi dengan Grab atau Gojek, khususnya pada fitur Go Food dan Grab Food.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah menggunakan pendekatan participatory rural appraisal (Adimihardja & Himat, 2003; Bhandari, 2003). Metode ini memungkinkan pelaku bisnis (pemilik) Warung Ta Café untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dengan tim pelaksana sebagai fasilitator dari luar, berbagi informasi, membuat perencanaan dan tindakan nyata. Pelaku bisnis (pemilik) Warung Ta Café dan karyawannya diharapkan terlibat secara aktif dalam kegiatan ini. Dengan adanya pendampingan manajemen usaha dari bidang operasi/produksi, pemasaran, SDM, keuangan, dan risiko untuk bisnis kecil guna meningkatkan kinerja perusahaan di tengah-tengah persaingan yang ketat. Pendampingan diberikan dalam bentuk konsultasi dan bimbingan secara intensif baik secara langsung maupun melalui telepon (online). Pelaksanaan PPP ini juga dibantu oleh 2 orang mahasiswa sebagai tenaga lapangan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, tim pelaksana menawarkan solusi kepada mitra pemilik Warung Ta Café di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember berupa pendampingan dalam manajemen usaha dari bidang operasi/produksi, pemasaran, SDM, keuangan, dan risiko untuk level UKM guna meningkatkan kinerja, daya saing, dan daya survival di tengah-tengah persaingan yang ketat. Kegiatan yang akan dilaksanakan pada program pengabdian ini, yaitu:

1. Sosialisasi program

Pada awal pelaksanaan kegiatan, tim pelaksana akan melakukan survei ke tempat mitra untuk berdiskusi kembali sekaligus melihat kondisi lapangan secara langsung. Tim pelaksana dan mitra juga akan berkoordinasi terkait program pengabdian yang akan segera dilaksanakan.

2. Peningkatan pengetahuan mitra melalui pendampingan dalam bentuk konsultasi dan pelatihan secara intensif mengenai manajemen operasi/produksi, manajemen pemasaran, manajemen SDM, manajemen keuangan, dan manajemen risiko dengan metode ceramah dan focus group discussion (FGD):
 - a. Ceramah/FGD dengan memberikan materi tentang pentingnya manajemen operasi/produksi khususnya tentang manajemen persediaan, yang tidak menyebabkan biaya simpan yang tinggi, tidak menyebabkan biaya kirim yang tinggi, dan bagaimana bisa mendapatkan harga bahan baku yang murah, serta bagaimana memilih pemasok yang bisa menjadi mitra, bagaimana layoutting yang baik terutama untuk fasilitas produksi (tata letak mesin kopi, kompor, alat masak, berikut desain interior dan eksterior) sehingga operasional bisnis berjalan efektif dan konsumen menyukai atmosfer kafe
 - b. Ceramah/FGD dengan memberikan materi tentang manajemen pemasaran khususnya tentang promosi, terutama di media sosial (perbaruan akun Instagram dan aktif membangun customer engagement), service excellence bagaimana memberikan kualitas layanan prima pada konsumen, saluran distribusi dengan memberikan wawasan tentang manfaat atau keuntungan berafiliasi dengan Gojek atau Grab, memperbaiki penyajian menu, serta memperbaiki desain logo dan merek yang lebih menarik dan memiliki nilai jual sehingga branding dan positioning produk di mata konsumen menjadi lebih kuat.
 - c. Ceramah/FGD dengan memberikan materi tentang manajemen SDM: pentingnya memiliki pembagian kerja karyawan yang jelas agar mereka lebih efektif dan produktif dalam bekerja
 - d. Ceramah/FGD dengan memberikan materi tentang manajemen risiko: pentingnya memiliki keunikan, mengikuti tren dan selera konsumen, agar tidak kalah saing dan pentingnya penerapan protokol kesehatan yang ketat oleh pemilik, karyawan, maupun konsumen agar proses interaktif selama di kafe menjadi aman dan nyaman
 - e. Diskusi dan tanya jawab: setelah pemberian materi dibuka diskusi dan tanya jawab untuk memperdalam materi yang telah dipaparkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Mengacu pada proposal atau rencana kegiatan, program pengabdian kepada masyarakat dengan skema PPP di UKM Warung Ta Cafe telah terlaksana sesuai dengan beberapa target yang ingin dicapai. Sejauh ini, kegiatan pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis telah dijalankan dengan baik dan lancar. Adapun serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dari tahap awal/survei pendahuluan sampai dengan akhir September 2020 adalah sebagai berikut:

1. Survei awal dan sosialisasi program kepada pihak terkait yaitu pemilik dan karyawan dari UKM Warung Ta Cafe. Kegiatan ini berjalan dengan baik dan penerimaan serta antusiasme pihak terkait sangat tinggi terhadap kegiatan PPP. Pemilik dan karyawan UKM Warung Ta Cafe juga sangat mendukung dengan membantu menyiapkan sarana-prasarana yang dibutuhkan untuk kegiatan lanjutan yaitu pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis secara intensif melalui metode ceramah dan FGD.

2. Tim PPP telah melakukan 2 kali kunjungan untuk memberikan konsultasi/pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis, khususnya dalam rangka menyiapkan SDM dari UKM Warung Ta Café yang lebih profesional. Program konsultasi/pendampingan dan manajemen bisnis tersebut telah dijalankan dengan baik dan lancar yang meliputi:
 - a. Pelatihan manajemen operasi/produksi: peningkatan pengetahuan dan aplikasi dari manajemen persediaan khususnya dalam pemesanan dan penyimpanan bahan baku; layouting (tata letak fasilitas produksi) dan tampilan kedai/atmosfir kafe (terutama desain interior dan eksterior), forecasting bisnis terutama berkaitan dengan permintaan/tren pasar dan kebutuhan pengembangan usaha. Selain itu juga pada diskusi dan pendampingan kedua diserahkan alat pembuat kopi yang lebih modern guna mendukung produksi dan meningkatkan value kedai kopi WTC.



Gambar 2. Diskusi dan Pendampingan terkait manajemen usaha



Gambar 3. Penyerahan peralatan pembuat kopi kepada pengelola WTC

- b. Pelatihan manajemen pemasaran: khususnya service excellence dalam melayani pengunjung melalui peningkatan kualitas layanan yang ramah dan cepat tanggap; promosi melalui pelatihan penggunaan teknologi informasi berupa media sosial, khususnya Instagram, dengan memperbaiki tampilan, konten, interaksi dengan konsumen di akun Instagram UKM Warung Ta Cafe; pelatihan cara membuat akun di GrabFood dan Go Food; serta perbaikan branding (logo, merek).
- c. Pelatihan manajemen keuangan: peningkatan pengetahuan tentang konsep/sistem administrasi pembukuan sederhana, khususnya melalui aplikasi Excel, dan bagaimana

pengelolaan keuangan jangka panjang untuk pengembangan bisnis UKM Warung Ta Cafe. Pelatihan ini diberikan khususnya pada karyawan yang bertugas di bagian keuangan. Selain memberikan pelatihan melalui aplikasi Excel, UKM Warung Ta Café juga diarahkan untuk menggunakan aplikasi atau software kasir dan menginstal aplikasi untuk e-wallet sehingga transaksi keuangan dapat lebih terkontrol, pembukuan keuangan menjadi lebih baik, dan konsumen dimudahkan dalam proses pembayaran. Saat ini, tim PPP bersama UKM Warung Ta Café sedang mencari pihak penyedia aplikasi tersebut.

- d. Pelatihan manajemen SDM: pelatihan tentang bagaimana mengatur shift dan pembagian kerja karyawan sesuai SOP kerja yang baik
- e. Pelatihan manajemen risiko: penerapan protokol kesehatan terkait pandemi Covid (pemilik dan karyawan wajib menggunakan masker; penyediaan tempat cuci tangan dilengkapi dengan sabun atau hand sanitizer; pengaturan jarak antar meja konsumen/physical distancing)

Kelima jenis pelatihan tersebut diberikan oleh tim PPP sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dengan dibantu oleh 2 orang mahasiswa sebagai tenaga lapangan. Tenaga lapangan sebagai fasilitator teknis bertugas persiapan administrasi dan teknis selama kegiatan pelatihan berlangsung (persiapan spanduk, konsumsi, foto-foto kegiatan). Proses konsultasi/pendampingan dan pemberian pelatihan manajemen bisnis dilakukan dengan mengikuti protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil kegiatan PPP yang telah dijalankan di UKM Warung Ta Café, maka dapat disimpulkan bahwa sejauh ini kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berjalan dengan baik dan lancar dan sesuai dengan target yang ingin dicapai. Selama pelaksanaan kegiatan, relatif tidak ditemukan kendala yang berarti. Pihak-pihak terkait dari tim PPP sendiri, tenaga lapangan, dan pemilik serta karyawan UKM Warung Ta Cafe sangat kooperatif pada setiap kegiatan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini. Pemberian konsultasi/pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis juga dapat diikuti dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP2M Universitas Jember atas arahan dan kesempatan yang diberikan kepada tim pengabdian pemula yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Tim Kelompok Riset Risma Code dan RiSmart atas dukungan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimihardja, K., & Hikmat, I. H. (2003). *Participatory Research Appraisal: dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil, Analisis Hasil SE2016 Lanjutan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bhandari, B. B. (2003). *Participatory rural appraisal (PRA), Module 4*. Hayama, Kanagawa: Institute for Global Environmental Strategies (IGES).
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. (2011). London: Collins.



- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.
- Hall, J., Kendrick, C., & Nosko, C. (2015). The effects of Uber's surge pricing: A case study. The University of Chicago Booth School of Business.